

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

- Tên học phần:** Marketing thực phẩm **Mã học phần:** FT03013
- Tên Tiếng Anh:** Food Marketing
- Số tín chỉ:** 3 tín chỉ (3/0/6) (3 tín chỉ lý thuyết, 0 tín chỉ thực hành/thí nghiệm)
Phân bố thời gian: 15 tuần [(3 tiết lý thuyết + 6 tiết tự học)/tuần]
- Các giảng viên phụ trách học phần:**
 - Giảng viên phụ trách chính:* ThS Phạm Thiên Phú
 - Giảng viên cùng giảng dạy:*
 - ThS.
- Điều kiện tham gia học tập học phần:**
 - Môn học tiên quyết:* Không
 - Môn học trước:* Không
- Mô tả học phần (Course Description):**

Người tiêu dùng hiện đại đặc biệt quan tâm đến sức khỏe. Họ chọn thực phẩm không chỉ dựa theo tiêu chuẩn chất lượng mà còn chú trọng đến uy tín thương hiệu của sản phẩm thực phẩm. Làm thế nào để một kỹ sư công nghệ thực phẩm có thể sáng tạo sản phẩm thực phẩm đáp ứng những giá trị của người tiêu dùng? Môn Marketing thực phẩm được thiết kế để giới thiệu với sinh viên những kiến thức nền tảng về marketing trong ngành thực phẩm. Bên cạnh đó, môn học cung cấp những kỹ năng cần thiết để sinh viên có thể vận dụng và phối hợp với bộ phận marketing, bán hàng trong phân phối giá trị thực phẩm cho khách hàng.

7. Mục tiêu học phần (Course Goals):

Mục tiêu	Mô tả <i>Học phần này giúp cho sinh viên có khả năng:</i>	ELOs
G1	<ul style="list-style-type: none">Định nghĩa những khái niệm quan trọng về marketing trong ngành thực phẩmMô tả quy trình tạo ra giá trị, phân phối và truyền thông giá trị sản phẩm đến người tiêu dùngỨng dụng các kiến thức marketing để xây dựng kế hoạch marketing và giải quyết các vấn đề marketing trong thực tế	01, 02
G2	<ul style="list-style-type: none">Đọc hiểu tài liệu tiếng Anh chuyên ngànhGiao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả	07, 09
G3	<ul style="list-style-type: none">Thể hiện tinh thần trách nhiệm, tính trung thực	10

8. Chuẩn đầu ra của học phần (Course Learning Outcomes – CLOs):

CLOs	Mô tả <i>Sau khi học xong môn học này, người học có thể:</i>	ELOs
G1	G1.1 Trình bày các định nghĩa, khái niệm cơ bản về marketing, môi trường marketing, hành vi người tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh và 4P trong ngành thực phẩm.	01 (M)
	G1.2 Giải thích các quy trình kiến tạo giá trị, phân phối và truyền thông giá trị sản phẩm đến người tiêu dùng thực phẩm.	02 (M)

CLOs		Mô tả <i>Sau khi học xong môn học này, người học có thể:</i>	ELOs
	G1.3	Vận dụng các kiến thức về marketing thực phẩm để giải quyết tình huống thực tế và lập kế hoạch marketing cho sản phẩm.	02 (M)
G2	G2.1	Sử dụng Tiếng Anh để đọc hiểu các tài liệu và tình huống marketing trong ngành thực phẩm.	07 (M)
	G2.2	Đặt câu hỏi và thảo luận về các chủ đề liên quan môn học theo nhóm hiệu quả	09 (M)
G3	G3.1	Thể hiện tính trung thực, tinh thần trách nhiệm	10 (M)

* Ghi chú: H: High; M: Medium; L: Low

9. Tài liệu học tập:

a. Tài liệu tham khảo chính:

[1] Boone, Louis E., and David L. Kurtz. (2012), *Contemporary Marketing, 15ed, South-Western, Cengage Learning.*

b. Tài liệu tham khảo phụ:

[2] Stephen Kline (2011), *Globesity, Food Marketing and Family Lifestyles, Palgrave Macmillan.*

[3] Wansink, Brian. *Marketing Nutrition – Soy, Biotechnology, Functional Foods and Obesity (2005), University of Illinois Press, Urbana Champaign and Chicago.*

10. Kiểm tra và đánh giá:

a. Thang điểm đánh giá: 10 điểm

- Điểm quá trình:----- chiếm 20 %
- Điểm kiểm tra giữa kỳ: ----- chiếm 30 %
- Điểm thi cuối kỳ: ----- chiếm 50 %

b. Kế hoạch thực hiện:

Hình thức	Nội dung	Thời điểm	Công cụ đánh giá	CLOs	Tỉ lệ (%)
Kiểm tra quá trình					20
A	Bao gồm các kiến thức trong các chương 1-8	Tuần 1-15	- Điểm danh - Chấm bài kiểm tra 15 phút với hình thức câu hỏi tự luận - Cộng điểm cho SV có tinh thần xây dựng bài	G1.1 G1.2 G1.3 G3.1	10
As	Lập kế hoạch marketing cho sản phẩm thực phẩm	Tuần 12-13	- Đánh giá hình thức slides, nội dung và thuyết trình kế hoạch - Kế hoạch làm việc nhóm	G1.3 G2 G3	10
Kiểm tra giữa kỳ					30
M	Bao gồm các kiến thức trong chương 1 - 4	Tuần 7-8	- Hình thức kiểm tra trắc nghiệm và tự luận	G1.1 G1.2 G1.3	30
Thi cuối kỳ					50
F	Bao gồm các kiến thức trong các chương 1 - 8	Theo lịch của PĐT	- Hình thức kiểm tra trắc nghiệm và tự luận	G1.1 G1.2 G1.3	50

* Ghi chú: A: Attendance; M: Midterm Exam; As: Assignment; F: Final Exam

11. Nội dung và kế hoạch giảng dạy:

Tuần	Nội dung	CLOs
1	<p>Chương 1: Giới thiệu tổng quan về Marketing thực phẩm (3.0.6)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Định nghĩa marketing và marketing thực phẩm 2. Sự hình thành và phát triển marketing 3. Mô hình marketing hiện đại – Marketing mối quan hệ <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu bản thân - Giới thiệu môn học - Hướng dẫn cách làm các bài tập phân tích tình huống - Diễn giảng - Đặt câu hỏi <p>Nội dung tự học: (6)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Các chức năng của marketing 5. Marketing trong bối cảnh cạnh tranh mới <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước tài liệu 	G1.1
2	<p>Chương 2: Phân tích môi trường marketing và xây dựng kế hoạch marketing (6.0.12)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Môi trường vĩ mô 2. Môi trường cạnh tranh <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm <p>Nội dung tự học: (6)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Tìm hiểu phân tích SWOT <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước tài liệu 	G1.1 G1.2 G2
3	<p>Chương 2: Phân tích môi trường marketing và xây dựng kế hoạch marketing (6.0.12) (tiếp theo)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Đánh giá cơ hội thị trường 5. Xây dựng kế hoạch marketing <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm <p>Nội dung tự học: (6)</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Tìm hiểu chiến lược marketing <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước tài liệu 	G1.1 G1.2 G2
4	<p>Chương 3: Hành vi người tiêu dùng (6:0:12)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Các yếu tố bên ngoài tác động đến hành vi người tiêu dùng 2. Các yếu tố bên trong tác động đến hành vi người tiêu dùng <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm <p>Nội dung tự học: (6)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Tìm hiểu các báo cáo nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước tài liệu 	G1.1 G1.2 G2

Tuần	Nội dung	CLOs
5	<p>Chương 3: Hành vi người tiêu dùng (6:0:12) (tiếp theo)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <p>4. Quy trình ra quyết định của người tiêu dùng</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhận diện vấn đề - Tìm kiếm thông tin - Đánh giá các lựa chọn - Quyết định mua - Đánh giá sau mua <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm <p>Nội dung tự học: (6)</p> <p>5. Phân tích hành vi khách hàng theo các giai đoạn ra quyết định</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước tài liệu 	G1.1 G1.2 G2
6	<p>Chương 4: Phân khúc thị trường – Lựa chọn thị trường mục tiêu – Định vị sản phẩm (6:0:12)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <p>1. Nghiên cứu thị trường</p> <p>2. Phân khúc thị trường</p> <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm <p>Nội dung tự học: (6)</p> <p>3. Các chiến lược phân khúc thị trường</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước tài liệu 	G1.1 G1.2 G2
7	<p>Chương 4: Phân khúc thị trường – Lựa chọn thị trường mục tiêu – Định vị sản phẩm (6:0:12) (tiếp theo)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <p>4. Thị trường mục tiêu</p> <p>5. Định vị sản phẩm</p> <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm <p>Nội dung tự học: (6)</p> <p>6. Các chiến lược định vị sản phẩm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước tài liệu 	G1.1 G1.2 G2
8	<p>Kiểm tra giữa kỳ (45 phút): Hình thức kiểm tra trắc nghiệm và tự luận</p> <p>Chương 5: Phát triển sản phẩm thực phẩm (6:0:12)</p> <p>Nội dung giảng dạy trên lớp: (3)</p> <p>1. Định nghĩa sản phẩm</p> <p>2. Phân loại sản phẩm</p> <p>3. Phân loại sản phẩm mới</p> <p>Tổ chức giảng dạy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm <p>Nội dung tự học: (6)</p> <p>4. Quy trình phát triển sản phẩm mới</p>	G1.1 G1.2 G2

Tuần	Nội dung	CLOs
	- Đọc trước tài liệu	
9	Chương 5: Phát triển sản phẩm thực phẩm (6:0:12) Nội dung giảng dạy trên lớp: (3) 5. Vòng đời sản phẩm 6. Bao bì và Đóng gói Tổ chức giảng dạy: - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm Nội dung tự học: (6) 7. Chiến lược theo vòng đời sản phẩm - Đọc trước tài liệu	G1.1 G1.2 G2
10	Chương 6: Định giá sản phẩm thực phẩm (6:0:12) Nội dung giảng dạy trên lớp: (3) 1. Định nghĩa định giá sản phẩm 2. Vai trò và chức năng định giá 3. Quy trình định giá Tổ chức giảng dạy: - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm Nội dung tự học: (6) 4. Thu thập và phân tích các thông tin giá sản phẩm - Đọc trước tài liệu	G1.1 G1.2 G2
11	Chương 6: Định giá sản phẩm thực phẩm (6:0:12) (tiếp theo) Nội dung giảng dạy trên lớp: (3) 5. Các yếu tố tác động đến định giá 6. Chiến lược định giá Tổ chức giảng dạy: - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm Nội dung tự học: (6) 7. Tìm hiểu chiến lược định giá cho một sản phẩm - Đọc trước tài liệu	G1.1 G1.2 G2
12	Chương 7: Phân phối giá trị sản phẩm thực phẩm (3:0:6) Nội dung giảng dạy trên lớp: (3) 1. Chuỗi giá trị gia tăng trong ngành thực phẩm 2. Kiểm soát trong kênh phân phối 3. Các hình thức phân phối khác nhau Tổ chức giảng dạy: - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm Nội dung tự học: (6) 4. Hỗn hợp logistic - Đọc trước tài liệu	G1.1 G1.2 G2
13	Chương 8: Truyền thông giá trị sản phẩm thực phẩm (6:0:12) Nội dung giảng dạy trên lớp: (3) 1. Định nghĩa truyền thông tiếp thị tích hợp	G1.1 G1.2

Tuần	Nội dung	CLOs
	2. Quy trình truyền thông 3. Các mục tiêu truyền thông Tổ chức giảng dạy: - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm Nội dung tự học: (6) 4. Tìm hiểu các kênh truyền thông truyền thống, social media - Đọc trước tài liệu	G2
14	Chương 8: Truyền thông giá trị sản phẩm thực phẩm (6:0:12) (tiếp theo) Nội dung giảng dạy trên lớp: (3) 5. Hỗn hợp truyền thông tiếp thị tích hợp 6. Chiến lược kéo và đẩy Tổ chức giảng dạy: - Diễn giảng - Đặt câu hỏi - Thảo luận nhóm	G1.1 G1.2 G2
15	Báo cáo kế hoạch marketing Tổ chức giảng dạy: - Các nhóm nộp báo cáo và thuyết trình 20 phút/nhóm - Đặt câu hỏi cho các thành viên trong nhóm - Góp ý nội dung báo cáo và thuyết trình - Tổng kết	G1.3 G2 G3

12. Đạo đức khoa học:

Bất kỳ những hình thức gian lận trong học thuật được phát hiện bao gồm sao chép bài tập về nhà, quay cốp bài thi hoặc kể cả việc cho phép người khác xem bài giải trước thời hạn nộp bài sẽ bị điểm không.

13. Ngày phê duyệt lần đầu: 10/5/2019

14. Cấp phê duyệt:

Trưởng khoa
(*Đã ký*)

Người biên soạn
(*Đã ký*)

PGS. TS. Hoàng Kim Anh

ThS. Phạm Thiên Phú

15. Tiến trình cập nhật ĐCCT

Ngày cập nhật lần 1: Nội dung cập nhật:	Người cập nhật: Trưởng Khoa:
--	---

--	--